

LAS AVENTURAS DE ZAMBA. SOME NOTES ON AUDIOVISUAL COMMUNICATION IN A TV CHANNEL FOR CHILDREN OF THE ARGENTINIAN MINISTRY OF EDUCATION

Sabina Crivelli

Universidad Nacional de La Plata

sabinacrivelli@gmail.com

Received: 22 September 2015

Accepted: 10 February 2016

Abstract

From 2009, within the frame of a process of de-monopolization of audiovisual communication, several public policies were developed in Argentina with the purpose of extending participation in the production of audiovisual contents. In this paper, the main aesthetic qualities of an audiovisual program, *Las aventuras de Zamba*, produced by a State-run TV channel for children, are analyzed. Some tensions risen in the relationship state / market, producing artistic representations about otherness, are examined.

Keywords: television, series, children, Argentina, education, otherness

LAS AVENTURAS DE ZAMBA. APUNTES SOBRE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN UN CANAL INFANTIL DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN ARGENTINO

Resumen

A partir del 2009 en la Argentina, en el marco de un proceso de democratización y desmonopolización de la comunicación audiovisual, se implementaron diversas políticas públicas destinadas a extender la participación en la producción de imágenes y relatos de todo el país. A partir del análisis de la relación entre ciertos aspectos estéticos del principal producto audiovisual de una señal infantil, dependiente del Ministerio de

educación nacional, se examinan las tensiones existentes en la relación Estado / Mercado, que se traducen en representaciones y estéticas sobre la otredad.

Palabras clave: televisión, serie, educación, Argentina, otredad

LAS AVENTURAS DE ZAMBA. APUNTES SOBRE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN UN CANAL INFANTIL DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN ARGENTINO

Sabina Crivelli

Universidad Nacional de La Plata

sabinacrivelli@gmail.com

¿Cómo interpretar la tensión causada por la iniciativa estatal para la producción audiovisual en un mercado históricamente dominado por el mercado? ¿Cómo pensar la relación entre estética e ideología, de la que deriva un producto televisivo, para el consumo popular, que incorpora valores ajenos a los impuestos por el mercado? En un planteo sobre las transformaciones culturales, Mario Margulis (2014: 13) señala que éstas se producen en interrelación con otros niveles de la vida social, a la vez que resultan parte de procesos históricos, en los que es difícil demostrar acciones programáticamente dirigidas a producir cambios en esta área. Otras transformaciones, que son precisamente las que aquí elegimos examinar, las del campo de las políticas culturales, provienen de acciones manifiestamente orientadas a algún cambio en la cultura.

Desde una perspectiva socio-semiótica de la cultura, los medios de comunicación masiva, que incluyen la televisión, la radio, la prensa, el cine y el ciberespacio, en los que se constituyen las redes sociales, resultan centrales para entender la transformación de los códigos culturales y las batallas que se libran en estos. Durante los últimos cinco años en Argentina (2009-2015), se ha producido una intensa discusión en torno a los valores hegemónicos en este campo.

Entre 2009 y 2015 en la Argentina, en el marco de un proceso de democratización y desmonopolización de la comunicación audiovisual, se implementaron diversas políticas públicas en este sentido a partir de demandas de diversos sectores y organizaciones sobre la necesidad de ampliar la participación en la producción audiovisual en todo el país. La creación de una señal infantil, dependiente del Ministerio de Educación, con nuevas propuestas y concepciones se explica por esos antecedentes. En efecto, en 2010 el canal de televisión bautizado como *Paka-paka* – designación en quechua del “juego de las escondidas”–se presentó como

una opción innovadora para la infancia. Y precisamente de ahí surgió un programa, reconocido por el periodismo cultural a la vez como un producto masivo y como un producto exitoso. *Las aventuras de Zamba* primero y *Mundo Zamba* después plantean interrogantes que vamos a examinar en este trabajo, sin pretender encontrar respuestas concretas, sino simplemente presentar la discusión.

Nos preguntamos por las tensiones que existieron en el marco de un incipiente esquema de televisión en la Argentina, donde la democratización y ampliación de las representaciones y las estéticas continúan siendo aspectos todavía que discutir. El objetivo primordial de las políticas públicas de los últimos cinco años en materia de comunicación buscó fomentar la existencia de la pluralidad de voces y de relatos en materia audiovisual, es decir, la democratización de la producción simbólica. Intervenir exitosamente en el ámbito cultural implica incidir en los códigos culturales y por lo tanto en los comportamientos: señala Margulis (2014: 22) que la democratización cultural se convierte en una acción contra la hegemonía. Los medios, junto a la familia y las instituciones educativas, adquieren hoy una enorme importancia socializadora. La indagación sobre aspectos de este proceso nos sitúa frente a interrogantes que necesariamente deben discutir la representación de la sub-alteridad.

¿Cómo crear nuevas imágenes autónomas, plurales, federales, en contra de los valores hegemónicos que circulan en un mercado simbólico capitalista? ¿Es suficiente con la ampliación y fomento del acceso a los medios tecnológicos y materiales para incorporar otras “imágenes” y valoraciones? ¿Cómo intervino el Estado en un campo audiovisual ya organizado según las lógicas del mercado para disputar en términos simbólicos la hegemonía cultural que refuerza éste último?

Para alcanzar tales objetivos, elegimos avanzar y preguntarnos por el proceso y la experiencia de un caso dentro de las políticas de comunicación audiovisual, que ha incorporado la posibilidad de nuevas representaciones. *La asombrosa excursión de Zamba* irrumpió en la oferta de productos culturales infantiles disputando públicos a otros productos masivos¹ con códigos culturales hegemónicos.

¹ Según un informe del COMFER de diciembre de 2009, el porcentual de programación dedicado al público infantil hasta entonces era muy bajo. Hasta entonces, según surge de los datos proporcionados en el informe, la totalidad de la programación infantil proveniente del exterior era de origen norteamericano, y ésta superaba a la programación nacional en todas las regiones entre un 35 y 50%. En la

Aunque el análisis en el que se enmarca este trabajo es más amplio, en esta oportunidad nos interesa abordar las tensiones existentes en la representación del dibujo animado de aquellos que son discriminados en el área metropolitana de la ciudad de Buenos Aires por atributos físicos o rasgos culturales relacionados con su origen migratorio desde las provincias del interior o de países cercanos.

La serie de TV *El asombroso mundo de Zamba*, que además se autodefine y se fue constituyendo como una comunidad online, nos permite indagar en la circulación de significaciones de un producto audiovisual que propuso la ampliación e inclusión de nuevos contenidos culturales desde una política pública de intervención en el campo simbólico. Para llevar adelante el estudio desde un análisis cultural, consideramos central trabajar en la circulación de significaciones, abordando elementos estéticos del producto, aspectos de la producción y la apropiación de significaciones entre actores de la comunidad escolar primaria. Si los medios son simbólicos instituyentes, como señala Margulis (2014: 23), nos proponemos indagar sobre la incidencia de la intervención cultural de una iniciativa del Estado en el marco de una política pública más amplia.

Condiciones materiales de la producción y estructura de Zamba

El asombroso mundo de Zamba surgió en 2010, en el contexto del Bicentenario de Argentina, cuando el Ministerio de Educación de la Nación encargó contenidos para explicar el acontecimiento histórico en cuatro capítulos a los niños, desde la pantalla del canal educativo *Encuentro*. *Paka Paka* por aquel entonces era un proyecto. La productora contratada para este fin fue *El perro en la luna*, de Sebastián Mignona, ubicada en la ciudad de Buenos Aires. De ahí nació el personaje de Zamba, creado por el dueño de la productora. Zamba es oriundo de Formosa, viaja en el tiempo e interviene en la Revolución de Mayo. Luego, con la creación y puesta al aire del canal infantil *Paka Paka*, se sumaron capítulos sobre la Vuelta de Obligado, la Casa de Tucumán, Yapeyú, la Casa de Sarmiento, las Invasiones Inglesas,

región AMBA se emitía un 42,85% más de programación infantil con respecto al resto del país. Otro dato que considerar es que la retransmisión en cada región del interior era mayor que la producción local, lo que establece la hegemonía que el AMBA ejerce sobre el resto del país. En el año 2014 Zamba fue nominada a “Mejor serie animada infantil” en los International Emmy Kids Awards.

la Guerra de Malvinas y la última dictadura militar, entre muchos otros. En total se cuentan cuatro temporadas y 15 capítulos, además de micros.

Para acompañar a Zamba fueron creados Niña, una nena afroamericana y el “Niño que lo sabe todo”, quien con un antifaz y capa de superhéroe interactúa con el protagonista. Este personaje adivina lo que va a pasar y siempre se saca “muy bien, 10”. Cada vez que comienza su explicación, Zamba exclama: “¡Me aburro!”.

Otro personaje es la señorita Silvia, la maestra de Zamba y del Niño que lo sabe todo. Siempre camina delante de una fila de alumnos, hablando, y nunca se da cuenta cuando Zamba se escapa para viajar en el tiempo. Se suma el chico cauteloso, pelirrojo, algo pálido, con pecas y rulos, que se muestra temeroso a la hora del deporte, lastimándose. Sus percances son utilizados como introducción a explicaciones físicas y de salud a cargo del Dr. Ramón Carrillo. Por último está Charango, un quirquincho.

Son centrales otros personajes como San Martín, que tiene porte y capa también de superhéroe y Manuel Belgrano, personajes de gran popularidad entre los niños que siguen el programa. Se suman Pueyrredón, Alzaga, entre otros, y los villanos más reconocidos o malos: el capitán realista, los militares ingleses o el capitán anglo-francés.

Desde el 2013 se dejó de lado el esquema tradicional de capítulos temáticos largos para llevar adelante *Mundo Zamba*, un esquema interactivo con contenidos en la web y capítulos cortos (de 5 a 10 minutos) en donde los personajes interactúan con personajes históricos del campo de la ciencia, cultura, historia y deporte.

Hasta diciembre de 2015, la emisión de *Paka Paka* era de lunes a viernes, se repetía en 3 horarios, y el programa se emitía también por la TV pública, el canal estatal nacional. Hay digresiones sobre el cuerpo humano, la música, el arte, la paleontología, la historia de la comunicación, un capítulo sobre las dictaduras y otro sobre la guerra de Malvinas. Además, pasó a incluir participaciones de chicos de todo el país en el programa y un segmento denominado “Quiero mi monumento”, donde próceres y personalidades que constituyen los personajes del capítulo emitido compiten por un monumento. En este esquema último encontramos una referencia a los programas televisivos de preguntas y respuestas donde se compite por premios.

Se sumaron a la propuesta además una página Web, así como un musical que viaja por el país. Las escuelas asistieron al musical en el parque temático Tecnópolis, en cuya plaza de juegos actuaron los personajes y motivos de los capítulos.

Valoraciones del periodismo: *Zamba* considerado un producto masivo

Actualmente nadie discute la masividad de *El asombroso mundo de Zamba*. Así lo categoriza el periodismo cultural, si bien convendría aclarar en qué consistió tal masividad, es decir, si esto radica en la circulación por Televisión abierta, las visitas en la web y Youtube, donde pueden verse los episodios, la circulación en las escuelas, o todo eso conjugado. Diarios opositores y detractores de la política comunicacional del gobierno, que además han encontrado sus intereses económicos afectados por ésta, lo construyeron como un producto masivo exitoso. Una periodista del diario *La Nación* emitía el siguiente juicio en junio de 2013:

Casi todos los adultos que tengan un hijo en la primaria lo conocen: el chico formoseño que, con sus aventuras históricas en la pantalla de Encuentro y Paka Paka, se convirtió en el primer fenómeno educativo local desde la aparición de la revista Billiken. (Graña 2013)

También en 2013, para una periodista de *Página 12*, en el marco de una nota sobre el canal infantil del Ministerio de Educación, *Zamba* aparece como un producto masivo, valorado positivamente:

Paka Paka . . . propone una perspectiva audiovisual nueva (algo así como un Baficito las 24 horas y en tu idioma) . . . Tiene sus propios líderes como Zamba, alumno nacido y criado en Formosa. “Mickey no llega a La Fiesta de la Muzzarella en La Pampa. Zamba, sí—cuenta Verónica Fiorito, directora del canal—. Desde Hijitus hasta hoy no teníamos un personaje con esta fuerza, y encima que se vista con un guardapolvo, cuente la historia de Argentina y los chicos lo sigan por eso...”. (Mansilla 2013)

En febrero de 2014 el copete de una noticia aparecida en *La Nación* admitía: “El protagonista de un dibujo animado dedicado a hacer atractiva la historia para los chicos es un éxito de la TV Pública.” (San Martín 2014)

Desde los medios y actores que intervienen desde posiciones hegemónicas, *El asombroso mundo de Zamba* aparece descalificado por las valoraciones ideológicas del relato histórico, que ubican afín al gobierno frente a una pretensión de neutralidad exigida al producto: “. . . respaldo del Gobierno al polémico ciclo estatal infantil a La Asombrosa Excursión de Zamba, que causa revuelo por la forma en que describe la historia argentina y caracteriza a sus próceres a través de imágenes y diálogos entre dibujos animados.” En noviembre, la institución que tiene a cargo la

vivienda donde pasó su infancia el ex presidente Juan D. F. Sarmiento en San Juan (La Casa de Sarmiento) presentó una queja ante el Ministerio de Cultura por el dibujo ideado por la productora *El perro en la luna*, contratada por Canal Encuentro cuando arrancó el ciclo, en 2010. “No vamos a tomar partido. No vamos a hacer nada”, dijeron entonces a *La Nación* desde la secretaría de Cultura. Poco después, el ministro de Educación, Alberto Sileoni, justificó en un twit del 6 de noviembre de 2014 una burla de *Paka Paka* a Sarmiento, al decir que el programa “pone en valor la historia y a sus protagonistas, con sus matices y clarooscuros”².

Ideología y estética: valoraciones sociales en la cultura masiva

A partir de las investigaciones de Margulis (1999), se señala que en América Latina a medida que se desciende en la estratificación social se oscurece el color de la piel. Esto coincide con corrientes de valoración negativa en las escalas de prestigio y distinción que afectan a mestizos, indios, mulatos o demás combinaciones de rasgos corporales que provienen del complejo panorama multirracial generado, principalmente, en la etapa colonial.

De esta manera, se relacionan los procesos actuales de discriminación en Buenos Aires con una larga trayectoria histórica, vinculada con la organización económica, política y social, y con la constitución de valoraciones, jerarquías, criterios estéticos y códigos simbólicos que relegaron a lugares subordinados y desvalorizados a indios, mestizos, negros o mulatos. Desde este punto de vista, los procesos discriminatorios pueden observarse actualmente en Buenos Aires como “racialización de las relaciones de clase” (Margulis 1999). Desde este punto de vista, los códigos culturales que acompañan a la constitución y reproducción de las relaciones de clase, administrando jerarquía, valor y distinción o bien descalificación y estigma, se perfilan mejor como objeto de estudio al recordar su génesis y su continuidad histórica.

Precisamente en la construcción del personaje principal y protagonista de la serie *El asombroso mundo de Zamba* o *Mundo Zamba* en su versión última esta noción parece estar presente. Zamba es formoseño y mestizo. Tiene ojos oscuros, pelo negro y piel morena. Niña, su compañera de aventuras en el pasado, es negra. Estas decisiones parecen encauzar los enunciados institucionales de presentación del canal infantil que construyen una distancia y ruptura con lo que los autores señalan como la racialización

² Ambas informaciones son proporcionadas por Strumiger (2015).

de las relaciones de clase. *Paka Paka* se presenta en su portal como “el primer canal educativo y público para todos los chicos y chicas de Argentina y de América latina . . . tiene fines pedagógicos y no comerciales, . . . con contenidos orientados a educar y a entretener, abierto a la cultura de todos los sectores de nuestro país y a distintas expresiones del globo”.³

Si avanzamos concretamente en cómo se materializa a partir de los elementos estéticos y narrativos la pluralidad, encontramos que hay una decisión de representar con el personaje principal a una niñez que no es la que aparece de manera hegemónica en los productos audiovisuales infantiles. Sin embargo, corresponde preguntarnos cómo y en qué medida logra su objetivo. Un primer punto que señalar es que la representación de la infancia condensada en el personaje principal está situada en el interior y no en la Capital Federal o el conurbano. En tal sentido, la decisión de pluralidad cultural distancia el conflicto en la asociación mestizo igual a pobre, que señalaran Margulis y Belvedere (1999).

En la representación, aparece el interior del país que está presente como lugar de residencia del personaje central: las referencias de tal lugar son el chipá, que le gusta comer al personaje, y un mapa que sitúa Clorinda, provincia de Formosa, dentro de la Argentina. No obstante, el personaje se presenta diciendo su lugar de origen y no aparece una tonada de tal región. Zamba habla como un niño de la ciudad de Buenos Aires de clase media. Tiene expresiones de un niño porteño, “me aburro, me aburro”, dice el personaje en su presentación cuando la maestra lo lleva a Buenos Aires al museo. Lo mismo repite cada vez que sale con la escuela a alguna excursión. Su maestra formoseña se expresa como una maestra de la Capital Federal. Zamba corre, toca, grita, tiene un ritmo acelerado propio de la infancia de la ciudad de Buenos Aires.

Resulta en este aspecto pertinente el planteo de Claude Grignon (1993: 25) cuando formula que la denuncia del racismo, entendido este en el sentido habitual del término, no debe servir para ocultar que existen otras formas de renegar de la humanidad. Se puede hablar, y no sólo por analogía, de etnocentrismo y de racismo de clase refiriéndose al rechazo y a la segregación de la que son objeto las clases dominadas. La negación en la representación podría acercarse a lo que el autor propone cuando postula que el racismo de clase (que denomina racismo B) descansa en el mismo principio y sobre los mismos mecanismos que el racismo “ordinario” (que denomina racismo A): a saber, una combinación de segregación social —

³ Presentación en el portal de la cadena *Paka-paka*.

apartheid— y de exclusión simbólica —estigmatización. En este caso la negación de atributos en la representación conformaría la exclusión simbólica.

Es, por otra parte, esclarecedor el planteo de Pierre Clastres (1987), quien desde la antropología política ubica la negación de la diferencia concebida en tanto esencia del Estado como violencia etnocida: “Toda organización estatal es etnocida, el etnocidio es el modo normal de existencia del Estado” (1987: 62), postula el autor. Ahora bien, los Estados occidentales resultan más etnocidas para Clastres por su régimen de producción económico. El capitalismo como sistema de producción donde todo debe generar riqueza y nada es imposible para tales fines.

Si bien resta indagar en la circulación, para dar cuenta de en qué medida aparece una ruptura y valoraciones innovadoras en las significaciones de *El asombroso mundo de Zamba*, estos elementos estéticos podrían configurar una aparente representación disruptiva en el sistema, si bien de la mano de valoraciones hegemónicas, toda vez que en alguna medida estos no parecen resultar aspectos problemáticos para los códigos culturales hegemónicos.

En la propuesta del dibujo los héroes, próceres, personajes de la historia argentina se actualizan con el viaje en el tiempo de Zamba, que conoce e interactúa con cada uno de los involucrados en el acontecimiento histórico relatado.⁴ Predomina así un relato basado en el fragmento que rompe con la linealidad temporal. En esa ruptura aparece Niña, la nena afro que resulta una referencia del pasado y no del presente. Nuevamente existe una distancia en la incorporación de un elemento portador del conflicto que logra desactivarlo.

Junto a esto, otro aspecto estético que destacar es el que surge en el relato a partir de la referencia al cómic y los superhéroes: José de San Martín usa una capa de superhéroe y aparecen separadores con las frases “mientras tanto...”, “más tarde...”, “continuará...” o “en el capítulo anterior...” Las onomatopeyas también están presentes: “¡pum!, ¡au!, ¡zuc!, ¡blam!” para representar golpes, ruidos de sables y lanzas, disparos y explosiones, combinados con gráficos e ilustraciones que explican estrategias de combate. Se suma además la intertextualidad con los videojuegos, que aparece ya en la presentación del programa: Zamba come chipá como si fuera un *Pac-Man*. Por tanto, se incorporan referencias a una

⁴ El capítulo primero puede verse en el portal de *La asombrosa excursión de Zamba*.

estética masiva reconocida y ya establecida, provista de elementos que desactiven el conflicto para presentar la sub-alteridad.

En el capítulo de 1816 sobre la independencia, Zamba viaja de Clorinda a Tucumán. Como en cada uno de sus viajes, Formosa aparece como una referencia gráfica en el mapa. Mientras camina en la histórica casa dice “me aburro, me aburro”, hasta que en un retrato ve a Niña, que lo invita a entrar y viajar en el tiempo hasta 1816, al Congreso de Tucumán, donde estalla la disputa entre porteños y provincianos. Se declara la independencia de las Provincias Unidas, pero no se reconstruyen las disputas entre los representantes de las provincias y los porteños. “La culpa es de los porteños”, “la culpa es de los provincianos”, “de los porteños”, “provincianos”, “Es todo el tiempo así”, dice Niña a Zamba. En el capítulo no aparece una explicación sobre la motivación y causas del conflicto entre el puerto y las provincias. Tampoco se aportan valoraciones contra-hegemónicas acerca de provincianos y porteños.

Por otro lado, debe mencionarse una opción estética que consideramos está relacionada con la producción de este producto para un público masivo: la forma de presentar los contextos culturales de surgimiento de los acontecimientos históricos relatados. Nuevamente, a partir de la incorporación de consumos musicales masivos se establece una estrategia orientada a ampliar el público infantil del dibujito, a partir de estéticas conocidas. Bolívar aparece cantando rock. Rosas seduce cantando el mismo ritmo, muy parecido al de Elvis Presley. La Marcha de San Lorenzo aparece cantada desde un registro del ska. La “Canción de Juana Azurduy”, tantas veces interpretada por Mercedes Sosa, aparece en el programa interpretada con ritmo de cumbia por la cantante Gladys, “La Bomba Tucumana”.

En términos generales encontramos tres aspectos que señalar: en primer lugar, los guiños y las citas de expresiones estéticas y productos masivos de la industria cultural contemporánea, que podrían considerarse una puerta de entrada a su circulación y consumo masivo; en segundo, las referencias culturales históricas del tiempo narrado que no están presentes o más bien los acontecimientos pasados se construyen con elementos culturales portadores de significaciones hegemónicas del presente, esto es, son reemplazadas por producciones simbólicas del consumo de masas actual. Estos elementos se consideran como necesarios para la construcción del dibujo animado como un producto masivo capaz de disputar los públicos infantiles. Podríamos aventurar que hubo una decisión estética y pedagógica del Ministerio de Educación y de los productores delegados de atraer la atención de los niños, a la hora de incorporar el relato histórico, mediante

estéticas y consumos culturales actuales y conocidos. El tercer aspecto da cuenta de la representación de la otredad desde la supresión de las diferencias. La diferencia y alteridad del componente afro y mestizo del interior aparecen anuladas y neutralizadas, en subordinación a los gustos e intereses de un sector social que domina el statu quo cultural. Es lo que Clastres denominó el etnocidio conducente a reducir la alteridad.

No obstante, como ya señalamos, resta indagar en su circulación en qué medida el producto masivo incorpora significaciones disruptivas. Lo cual nos ubica en la tensión existente al afrontar la producción de un producto masivo desde el Estado, pero que compite con las dinámicas del mercado capitalista de producción audiovisual, portador de los códigos de la hegemonía cultural. ¿Es imposible alcanzar la masividad sin incorporar las estéticas y significaciones ya establecidas por la industria cultural? ¿Es posible que el Estado multiplique representaciones de las alteridades culturales y de clase?

Desde las autoridades del canal se define que “*Paka-paka* contempla producciones de alta calidad que respetan los derechos humanos, estimulan la creatividad e imaginación, promueven la diversidad, la inclusión y fundamentalmente no contienen publicidades; por lo cual no promueven la asociación de la felicidad con la posesión de objetos”.

No hubo durante estos cinco años publicidad. Pero el mercado asoma a pesar de la decisión dejando sus marcas desde otros registros. En sus inicios, en el fondo de la pantalla de la web por donde se podía acceder a los episodios de *Zamba* de historia argentina se visualizaban dos niños sentados en un cine con anteojitos para ver filmes en 3D y grandes paquetes de pochoclo. En esta representación de la técnica ligada a la estética—que sin embargo no es la elegida en *Zamba*, que es bidimensional—aparece una representación del consumo cultural de una infancia de la Capital del país o por lo menos de grandes ciudades, que cuentan con cines de las grandes cadenas que ofrecen films en versiones 3D. Este producto cultural seguramente es una opción de consumo muy alejada de la experiencia cotidiana de un niño de Clorinda,⁵ Formosa, que se pretende representar. Es decir, sobre la representación de la infancia del interior se imponen significaciones hegemónicas sobre la misma.

⁵ Formosa fue presentada muchas veces por los medios masivos de comunicación como la provincia más pobre de la Argentina. Así es ubicada y considerada desde el sentido común, motivo por el cual fue elegida como lugar de procedencia del protagonista.

Hasta la creación y circulación de *Zamba*, entre otras propuestas de *Paka-paka*, no existían producciones audiovisuales animadas infantiles nacionales de difusión masiva. El producto audiovisual central del canal infantil del Ministerio de Educación Nacional trata sobre un tema antes inexistente en la programación infantil: la historia nacional, relatada desde posiciones contra-hegemónicas o por lo menos con cierta distancia del relato oficial. Los personajes que cautivan a los niños que miran *Zamba* tienen que ver con los relatos históricos de su país, con contenidos que serán profundizados en la escuela y que forman parte de la construcción identitaria de la nación y el continente. No obstante, no podemos dejar de señalar que las valoraciones estéticas presentes y las concepciones de los públicos y del país y la nación también aparecen en las voces, las imágenes, los imaginarios y los tiempos a la hora de narrar. Son estos aspectos los que forman parte de la representación de la sub-alteridad a partir de su negación.

En un planteo de Boris Groys se señala que “romper con lo antiguo no es una decisión libre que tenga como condición previa la autonomía del hombre, o que exprese o asegure socialmente esa autonomía” (2005: 15). Desde su perspectiva, la innovación no opera con las cosas mismas, sino con las jerarquías culturales y los valores. La innovación no consiste en que comparezca algo que estaba escondido, sino en transmutar el valor de algo visto y conocido desde siempre.

Si la cultura es siempre una jerarquía de valores y cada acción cultural confirma esa jerarquía, la modifica o, en la mayor parte de los casos, hace las dos cosas a la vez, es un desafío pendiente que el deseo de incorporar nuevas voces y una cultura que trascienda los valores y modelos signados por el mercado nos encuentre reflexionando sobre las disputas estéticas e ideológicas, para que un futuro proyecto inclusivo de comunicación audiovisual se plasme en productos audiovisuales y sea el puntapié para pensar en otros modelos de éxito que se distancien de los hegemonizados por una cultura masiva, en la que priman los valores del mercado capitalista. Como se enunció al comienzo, el objetivo de la democratización de la comunicación audiovisual, y con esto la posibilidad de que en las pantallas del país las imágenes fueran tan heterogéneas como los contextos culturales existentes, nos invita a seguir reflexionando sobre la tensión existente entre el Estado y el mercado. Las decisiones políticas deberían implementar intervenciones estéticas en el orden simbólico, con el objetivo de avanzar en proyectos contra-hegemónicos y emancipadores.

Obras citadas

- Clastres, Pierre. "Sobre el etnocidio." En *Investigaciones en Antropología Política*, México: Gedisa, 1987, 53-64.
- Graña, Dolores. "El chico que puede cambiar la pantalla." *La Nación* 20-julio-2013. URL: <http://www.lanacion.com.ar/1602603-el-chico-que-puede-cambiar-la-pantalla>
- Grignon, Claude. "Racismo y etnocentrismo de clase." *Revista Archipiélago* 12 (1983): 23-28.
- Groys, Boris. *Sobre lo nuevo. Ensayo de una economía cultural*. Valencia: Pre-textos, 2005.
- La asombrosa excursión de Zamba*. URL: <http://www.zamba.pakapaka.gob.ar/sitios/zamba/Capitulos/?anio=1810>
- Mansilla, María. "Ojos nuevos." *Página 12* 16-agosto-2013. URL: <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/13-8244-2013-08-21.html>
- Margulis, Mario – Belvedere, Carlos. "La "racialización" de las relaciones de clase en Buenos Aires: genealogía de la discriminación." En Margulis, Mario – Urresti, Marcelo *et al.* (eds.). *La segregación negada. Cultura y discriminación social*. Buenos Aires: Biblos, 1999, 79-122.
- Margulis, Mario. "Ideología, fetichismo de la mercancía y reificación". En Margulis, Mario (ed.). *Sociología de la Cultura: Conceptos y problemas*. Buenos Aires: Biblos, 2009, 57-86.
- Margulis, Mario. "La Noción de Cultura". En Margulis, Mario (ed.). *Sociología de la Cultura: Conceptos y problemas*. Buenos Aires: Biblos, 2009, 13-56.
- Margulis, Mario *et al.*, *Intervenir en la Cultura: más allá de las políticas culturales*. Buenos Aires: Biblos, 2014.
- Paka-paka. URL: <http://www.pakapaka.gob.ar/>
- Respighi, Emanuel. "Próceres con menos bronce." *Página 12* 11-mayo-2010. URL: <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-17906-2010-05-11.html>
- San Martín, Raquel. "Zamba: historia nac&pop para principiantes." *La Nación* 2-febrero-2014. URL: <http://www.lanacion.com.ar/1660556-zamba-historia-nacpop-para-principiantes>
- Strumiger, Brenda. "Un dibujito de Paka Paka cuenta la "historia oficial" en versión infantil." *La Nación* 3-agosto-2012. URL:

<http://www.lanacion.com.ar/1495635-zamba-de-paka-paka-relata-la-historia-oficial-en-version-infantil>

Strumiger, Brenda. “Jug.Ar, el plan del Gobierno para fabricar juguetes y remeras Nac&Pop.” *La Nación* 19-marzo-2015. URL:

<http://www.lanacion.com.ar/1772963-jugar-el-plan-del-gobierno-para-fabricar-juguetes-y-remeras-nacpop>

